

**Особенности выстраивания экспертного мнения в интернет-пространстве, на примере общероссийской общественной организации "Деловая Россия"**

**Простакова Анастасия Александровна**

*Студент (специалист)*

Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

*E-mail: nastia\_161@mail.ru*

В последние годы в экономической и политической системах Российской Федерации возникла тенденция привлечения экспертов и общественных деятелей для разъяснения или принятия решений по возникшим вопросам. Такие экспертные советы стали формироваться во всех органах власти и крупных общественных организациях. С каждым годом роль общественных советов при федеральных органах исполнительной власти заметно повышается, со стороны правительства было решено создать в каждом регионе экспертные группы, сообщества. Их работа направлена на регулирование деятельности местных управленцев, на решение не только узконаправленных вопросов бизнеса и малых групп, но и на анализ мировых и государственных проблем.

**Задачи проекта:**

- разработать SWOT-анализ по представлению общественной организации «Деловая Россия» в интернет-пространстве;
- выработать новые подходы для построения экспертной площадки на платформе Facebook:
  - А) взаимодействие со СМИ
  - Б) активность в интернете
  - В) краудсорсинг - как инструмент получения обратной связи;
- сформулировать перспективу данной экспертной площадки.

Экспертное сообщество представляет собой систему, которая способна выполнять ключевые функции: выявлять тенденции развития страны, искать новые альтернативные решения для наиболее острых вопросов, заниматься прогнозированием, а также быть крепкой поддержкой для властей [5].

На данный момент, происходящие экономические процессы в мире, а именно - глобализация и интернационализация экономики, влияют на изменения во взаимоотношениях бизнеса и власти, и это касается не только мирового, но и национального уровня. Бизнес начинает активную работу в политической жизни страны, в результате которой происходит консолидация государства и крупных корпораций.

К сожалению, существует тенденция лоббирования интересов тех или иных предпринимателей исходя из политических интересов, а не от потребностей в экономическом секторе государства [3]. На современном этапе развития экономики страны существует большое количество рычагов контроля экономических вопросов, однако, как показывает практика, еще остались неформальные механизмы влияния на политическую и экономическую элиты, с помощью коррупционных связей.

По мнению экспертов, налаживание системы взаимоотношений между и властью и бизнесом необходима единая стратегия взаимодействия, которая могла бы консолидировать в себе как экономические интересы для модернизации страны, так и социокультурную составляющую [4].

Для эффективного функционирования диалоговых площадок необходимо формирование правовой основы. Создание такой правовой базы обеспечит поиск новых механизмов

взаимодействия между государством и бизнес-сообществом и обществом [1]. Преимуществом в диалогизации между общественными организациями, социальными объединениями с органами государственной власти выступает прямая обратная связь в виде объективного информирования государственных или муниципальных органов о воздействии принимаемых решениях.

Стоит отметить, что политическая активность в последние годы переместилась в интернет пространство. Основными предпосылками к такому переходу активности стала повсеместная доступность и высокая скорость коммуникации. Благодаря такой тенденции некоторые политические процессы приобрели новые формы - сетевые сообщества, группы [2]. Преимуществом такого общения является открытость диалога между социальными группами, который в прежнее время был невозможен. На данный момент основная активность интернет-участников политического процесса сосредоточена в социальных сетях, таких как «Facebook», «Twitter», «Instagram», «ВКонтакте» [6]. Многие общественные организации используют свои официальные аккаунты в социальных сетях для общения с властью. И посредством краудсорсинга они привлекают активных лидеров мнения для вступления в коммуникацию с властью, чтобы те стали частью диалога.

### Источники и литература

- 1) 1. Арутюнян Р.Э. Типология институтов общественного контроля при органах государственной власти России // Закон и право. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009, № 11. - С. 38-39.
- 2) 2. Белянцев А.Е., Лымар А.В. Интернет-пространство как фактор модернизации институтов гражданского общества // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 6(1).
- 3) 3. Перегудов С.П. Лоббизм российского бизнеса в Европейском Союзе // Бизнес и власть в современной России: теория и практика взаимодействия / Под ред. П.А. Толстых. М.: Изд-во РАГС, 2010.
- 4) 4. Радаев В. В. Новое российское предпринимательство в оценках экспертов // Мир России. № 1, 2004.
- 5) 5. Растова Ю.И.. Вестник Омского университета. Серия «Экономика». Роль саморегулируемых профессиональных организаций в формировании экспертного сообщества в России. № 1. С. 126–129., 2009.
- 6) 6. Соколов А., Маклашин И. Особенности интернет-пространства как площадки для взаимодействия // Власть. 2013. № 12. С. 61.